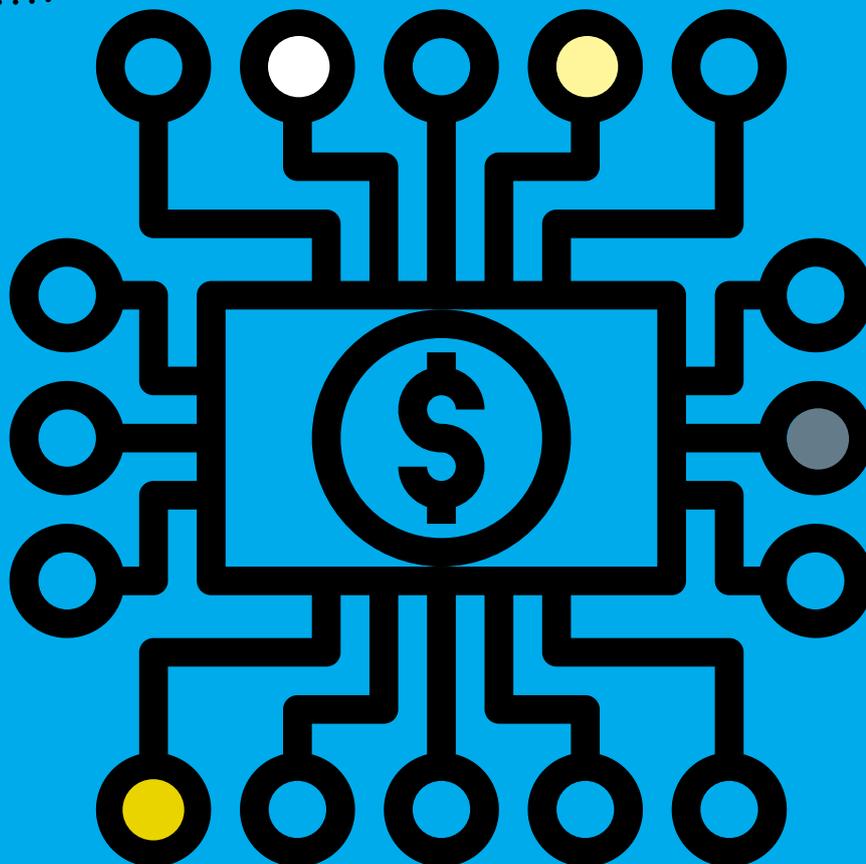


Guía de Optimización del Marketing de Afiliados

Cómo optimizar para obtener más conversiones & comisiones



Contenidos

Fundamentos de la optimización	3
Optimización del sitio web y del contenido	5
Optimización de la tasa de clics	7
Optimización para motores de búsqueda	9
Optimización del email marketing	11
Optimización de Redes Sociales	12
Optimización de WordPress	15
Divulgaciones & Exenciones de Responsabilidad	16

Fundamentos de la optimización



Utiliza siempre los enlaces de afiliación correctos. A veces los enlaces se copian y pegan incorrectamente. Además, prueba los enlaces para asegurarte de que funcionan, especialmente los enlaces profundos. Por ejemplo, un enlace puede dejar de funcionar porque formaba parte de una promoción por tiempo limitado.



Promociona varios comercios para aumentar tus oportunidades de venta. Al hacerlo, también reducirás tu dependencia de uno o unos pocos comerciantes. Reducir tu dependencia es fundamental porque los comerciantes pueden poner fin a sus programas y a su asociación contigo en cualquier momento.



Promueve productos y servicios que se adapten a tu público para maximizar las tasas de conversión y las ventas. Esto puede parecer obvio, pero algunos afiliados se desvían de su público para comercializar artículos que no se relacionan. Por ejemplo, un bloguero de viajes que empieza a promocionar intercambios de criptomonedas.



Únete y promueve a los comerciantes que ofrecen altas tasas de comisión y largos períodos de cookie/referencia, como 30%+, \$100+ y 30+ días respectivamente. Además, puedes asociarte con comerciantes que paguen tasas de comisión recurrentes del 20% o más para aumentar tus ingresos recurrentes mensuales (MRR en inglés). Las comisiones recurrentes son una excelente manera de obtener in-

grosos pasivos.



Establece tu mínimo de pago de comisiones en la cantidad más baja posible para que te paguen más rápido. Los mínimos de pago suelen oscilar entre los \$10 y los \$50, dependiendo del comerciante, del software de marketing de afiliados y de la red de afiliación.



Realiza pruebas A/B del texto, el contenido, el diseño de la página web y otros elementos del sitio web para saber qué es lo que mejor funciona para tu público y los motores de búsqueda. Las pruebas frecuentes y las actualizaciones estratégicas contribuyen a aumentar las tasas de conversión y las ventas.



Optimización del sitio web y del contenido

Crea un sitio web. Muchos bloggers y YouTubers tienen sitios web, pero algunos creadores de contenidos solo utilizan plataformas de terceros como Facebook, YouTube, LinkedIn y Medium. Aunque esas plataformas tienen ventajas, tienen muchos inconvenientes, por ejemplo, una violación o cancelación inesperada de la cuenta (eso ocurre). Las ofertas gratuitas de sitios como Google Sites, Blogger, Blogspot, Wix y WordPress.com son aún más problemáticas.

Las plataformas de terceros pueden tener características limitadas y es poco probable que aparezcan en los resultados de búsqueda. Por el contrario, tener un sitio web te da la propiedad, el control, las opciones de personalización y ayuda en las posiciones de búsqueda. Un sitio web también te permite recopilar direcciones de email (creación de listas), lo que es fundamental en el marketing de afiliados.

Haz que tus páginas y contenidos sean fáciles de navegar, coherentes, estructuradas y fáciles de usar. Además, ten en cuenta el diseño de las páginas, formatos, estilos, colores, subtítulos y el índice de contenidos para aumentar los clics y reducir las tasas de rebote.

No abrumes a los visitantes con demasiados elementos móviles al entrar en tu sitio web. Por ejemplo, algunos sitios web muestran formularios de adhesión, barras de consentimiento de cookies y ventanas de notificaciones web con nanosegundos entre sí. Esto puede producir confusión, una mala experiencia de usuario, tiempos de carga de la página lentos y aumento de las tasas de rebote.

Revisa cómo aparece tu sitio web/contenido cuando se publique en las redes sociales, como Facebook, Twitter y LinkedIn. En segundo lugar, considera la posibilidad de añadir botones para compartir en las redes sociales en tu sitio web para animar a otros a compartir.

Añade una cantidad mínima de enlaces de afiliados a cada una de tus páginas. Uno o dos enlaces de afiliado por página no servirán para alcanzar tus objetivos. Por el contrario, demasiados enlaces pueden parecer poco naturales, o spam. Entre 7 y 12 enlaces de afiliados por cada mil palabras es un excelente punto de partida.

Reduce las interrupciones en tu contenido para que la gente se concentre y termine de leer. Por ejemplo, algunos bloggers interrumpen el contenido con enlaces a otros artículos, formularios de suscripción online y otras distracciones, obstruyendo la experiencia de lectura. Las distracciones también pueden impedir que los usuarios hagan clic.

Utiliza un corrector ortográfico y una aplicación de gramática para ayudarte a escribir y crear contenidos de alta calidad. La ortografía, la puntuación y la gramática también influyen en la clasificación de los motores de búsqueda. Explora Grammarly, Ginger, Hemingway Editor y capitalizemytitle.com. También puedes pedirle a alguien -un amigo o un compañero- que revise tu contenido en busca de sugerencias o errores.

Mantén tu contenido relevante y fresco, actualizando las publicaciones antiguas. Planifica revisar tus publicaciones más antiguas una o dos veces al año, para asegurarte que proporcionen información precisa y actual. Por ejemplo, algunas reseñas sobre GetResponse todavía mencionan nuestra función de CRM, que ya no ofrecemos.

Optimización de la tasa de clics

Utiliza texto de llamada a la acción (CTA) y en tus enlaces, para aumentar los clics. Algunos ejemplos: comienza tu prueba gratuita, aprende más, haz clic aquí para unirme, crea una cuenta gratuita, regístrate hoy, y obtén un 40% de descuento ahora.

Los elementos visuales estimulan a que las personas hagan clic, en lugar del texto solo. Utiliza elementos visuales como banners publicitarios y botones de llamada a la acción.



Asegúrate de que tus enlaces estén activos y actualizados. Por ejemplo, si un comerciante deja de estar en línea o finaliza su programa o asociación contigo, actualiza tus enlaces lo antes posible. Del mismo modo, haz lo mismo con los enlaces vinculados a promociones, cupones y eventos de venta que hayan vencido.

Revisa tus informes mensuales de rendimiento y comisiones. Esta debe ser una actividad continua para identificar y priorizar tus comerciantes, productos, enlaces de afiliados, landing pages, etc. de mayor rendimiento..

El enlace profundo es la forma de crear un enlace de afiliado a una página específica en el sitio web de GetResponse. Haz enlaces profundos y experimenta con el envío de tráfico a diferentes páginas, como nuestras páginas de precios, funciones y registro. Dar a tu tráfico precisamente lo que quiere se traduce en mayores tasas de clics, ventas y comisiones.

<https://www.getresponse.com/start-free-trial?a=youraffiliateID>

Optimización para motores de búsqueda



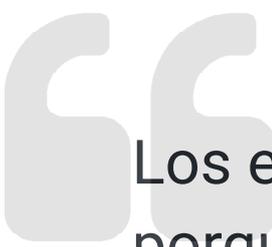
Revisa periódicamente la documentación del motor de búsqueda de Google y sus artículos, para aplicar las mejores prácticas actuales. Haz lo mismo con otros motores de búsqueda en los que te enfoques, como Bing, Yandex y Yahoo. Los sitios de autoridad, como Search Engine Journal (SEJ) y Moz, también ofrecen información valiosa. Por último, hay muchos cursos gratuitos en línea sobre optimización de motores de búsqueda (SEO).

Revisa el rendimiento mensual de tu sitio web con herramientas como Google Analytics, Google Search Console y Bing Webmaster Tools. A continuación, utiliza los datos y la información para mejorar tu contenido y tu competitividad.

Optimiza tu sitio web y tu contenido para los dispositivos móviles. La indexación “Mobile-first” significa que Google utiliza predominantemente las páginas móviles de un sitio para la indexación y la clasificación. Por lo tanto, centrarse en el contenido y la apariencia del escritorio es menos importante.

Monitorea tus Core Web Vitals (CWVs) en Google Search Console y mejóralos. El informe Core Web Vitals muestra el rendimiento de tus páginas en función de varias métricas de velocidad de la página. La velocidad de las páginas y los tiempos de carga son cada vez más importantes para Google, ya que influyen en la experiencia del usuario. Así que, naturalmente, los usuarios no quieren esperar mucho para empezar a consumir contenidos.

Enlaza con sitios de reputación y autoridad para aumentar tu credibilidad y tu clasificación. Del mismo modo, desarrolla una estrategia de enlaces internos para cosechar los numerosos beneficios del SEO.



Los enlaces internos son importantes porque pueden ayudar a Google a entender y clasificar mejor tu sitio web. Al darle a Google enlaces a seguir junto con un texto de anclaje descriptivo, puede indicar a Google qué páginas de tu sitio son importantes, así como información sobre su contenido. Los enlaces internos también son buenos para la experiencia del usuario, y pueden mejorar el compromiso.

- Según Moz

Considera la posibilidad de aumentar los enlaces a tu sitio web. La creación de enlaces es el proceso de conseguir que otros sitios web enlacen con páginas de tu sitio web para posicionarse mejor en los resultados de búsqueda de Google.

Estructura tus datos para obtener resultados enriquecidos. Los resultados enriquecidos destacan la información crítica y ayudan a los motores de búsqueda a comprender el propósito de una página con la mayor precisión posible. Algunos ejemplos de resultados de fragmentos enriquecidos (rich snippets, en inglés) son el carrusel, las FAQs y las reseñas.

Optimización del email marketing

Añade el email marketing a tus actividades de marketing de afiliados. Los mejores afiliados utilizan el email marketing para establecer relaciones, enviar newsletters, realizar campañas de marketing, comercializar y vender productos, distribuir contenido, promocionar webinars/eventos, aumentar la participación en redes sociales y más.

Amplía tu secuencia de autoresponder para incluir más emails. Muchos afiliados limitan sus secuencias de email a tres o cinco correos. Sin embargo, puedes ampliarla a tantos emails como desees, sin ser spam, por supuesto. Por ejemplo, puedes crear una secuencia de autoresponder de dos años que conste de 24 emails que salgan mensualmente.

Revisa tus informes de rendimiento de email marketing para realizar mejoras. Las aperturas, los clics, las cancelaciones de suscripción y las quejas son métricas estándar para analizar. Visita la página de recursos de GetResponse para ver blogs, guías, videos, puntos de referencia y más, para obtener información y estrategias de email marketing.

Realiza pruebas A/B para los elementos de la newsletter y la campaña, como las líneas de asunto, los títulos y el contenido. Esto te ayudará a entender lo que resuena en tu audiencia. También puedes realizar pruebas A/B con tus formularios de registro y de adhesión.

Optimización de Redes Sociales

Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube y otras plataformas de redes sociales permiten a miles de millones de usuarios subir y publicar contenidos, incluyendo texto, imágenes, vídeos y enlaces. Además, **muchos afiliados utilizan un formato estándar para publicar contenido, que incluye un título, un cuerpo, un hashtag, un enlace de afiliado y medios.**

Title El objetivo de tu título es captar la atención del usuario. Lo mejor sería que lo hicieras para hacerte notar en un panorama de contenido muy competitivo. Por ejemplo, algunos vendedores añaden emojis alrededor de sus títulos para que se destaquen.

Cuerpo El cuerpo de tu post puede ser corto o largo. Dependerá de cuánta influencia y venta suave quieras hacer. Tu contenido debe ser interesante y crear el deseo en el usuario de seguir leyendo.

Una llamada a la acción (CTA) se encuentra normalmente al final o cerca del final de un post para animar y dirigir a los usuarios sobre qué hacer a continuación, por ejemplo, unirse ahora, inscribirse hoy, hacer clic aquí para obtener más detalles, y aprender más.

Hashtag Un hashtag ayuda a aumentar la capacidad de búsqueda y descubrimiento de tu contenido. Los usuarios pueden buscar o seguir los hashtags, lo que permite que tu contenido llegue a ellos. El número óptimo de hashtags a utilizar en una publicación depende de la plataforma. Según Hootsuite, una de las mejores aplicaciones de gestión de redes sociales, uno o dos hashtags son adecuados para Twitter y Facebook, mientras que entre cinco y diez dan en el clavo en Instagram. Investiga y experimenta para saber qué fun-

ciona mejor.

- Cómo usar los hashtags: una guía rápida y sencilla para cada red [por Hootsuite](#)
- Cómo usar los hashtags: cuántos, los mejores y dónde usarlos [por Buffer](#)

Enlace de afiliado Un enlace de afiliado es una adición estándar a un post y la forma en que vas a ganar dinero. Por lo tanto, debes centrarte en añadir enlaces que sean relevantes y útiles. Además, ten en cuenta tus asociaciones de afiliados más exitosas y prioriza esos enlaces.

Al igual que los hashtags, los afiliados deben encontrar un equilibrio entre añadir muy pocos o demasiados enlaces. El número de enlaces que incluyas dependerá de la longitud de tu post, pero entre dos y diez enlaces suelen ser suficientes.

Añadir más enlaces puede parecer spam, engaño o falsedad, lo que podría perjudicar tu estatus y credibilidad en la plataforma. Las plataformas pueden incluso alertarte o emitir advertencias contra tu cuenta por un comportamiento sospechoso. Por lo tanto, sé prudente sobre qué y cuántos enlaces añades a tus publicaciones.

Piensa adónde quieres dirigir a los usuarios con tus enlaces, es decir, al comerciante/anunciante o a tu contenido, blog o vídeo. Ambos enfoques son válidos y dependen de tus objetivos.

Medios Los medios consisten en imágenes, videos y GIFs. Los medios pueden hacer que una publicación se destaque debido al impacto que tiene una imagen o un video en comparación con el texto. Muchas plataformas de redes sociales recuperan y adjuntan automáticamente los medios que encuentran en

las publicaciones. Sin embargo, los usuarios pueden subir las imágenes que desean destacar.

YouTube es una plataforma de medios sociales que da prioridad al vídeo, lo que difiere de Facebook, Twitter y otros. Por lo tanto, añadir enlaces de afiliación requiere estrategias diferentes. Los comerciantes afiliados pueden añadir enlaces en las siguientes áreas:

- Páginas “sobre”
- Páginas de Comunidades
- Descripciones de vídeos
- Comentarios de vídeos
- Tarjetas*

* Lee [las políticas](#) de YouTube sobre el uso de enlaces con Tarjetas.

Construcción de una publicación de afiliación efectiva y atractiva.



El título informa claramente de qué trata el post

El mensaje/tema se describe en los primeros 60 a 160 caracteres

La información se estructura mediante numeración (o viñetas)

Hay una llamada a la acción

La imagen llama la atención

Optimización de WordPress

Los usuarios de WordPress.org tienen miles de plugins a su disposición, siendo algunos de ellos especialmente útiles para el marketing de afiliados y la optimización del sitio web. Sin embargo, un inconveniente del uso de plugins es su potencial para ralentizar los tiempos de carga de la página, lo que no es bueno para el SEO. Para aumentar la optimización y la seguridad del sitio web, debes mantener tus temas y plugins actualizados. WordPress permite que los temas y plugins se [actualicen automáticamente](#).

ThirstyAffiliates ofrece a los bloggers las herramientas que necesitan para monetizar sus sitios web de WordPress con el marketing de afiliados. Soporta una eficiente gestión de enlaces y cloaking, redireccionamientos seguros, informes de rendimiento y mucho más.

Broken Link Checker plugin monitorea y comprueba los enlaces internos/externos en busca de enlaces rotos en tu sitio. Te ayuda a corregir los enlaces que no funcionan para mejorar la experiencia del usuario y el SEO.

Redirection es el gestor de redirecciones más popular para WordPress. Con él, puedes gestionar fácilmente las redirecciones 301, seguir los errores 404 y, en general, arreglar los cabos sueltos que pueda tener tu sitio. Esto puede ayudar a reducir los errores y mejorar el ranking de tu sitio.

Yoast SEO es el plugin de SEO para WordPress más utilizado y ha ayudado a millones de personas como tú a salir adelante y mantenerse en el mercado. Está repleto de funciones diseñadas para ayudar a los visitantes y a los motores de búsqueda a sacar el máximo provecho de tu sitio web.

Site Kit es el plugin de WordPress oficial de Google para obtener información sobre cómo los usuarios encuentran y utilizan tu sitio. Proporciona información autorizada y actualizada de varios productos de Google directamente en el panel de control de WordPress para facilitar el acceso, todo ello de forma gratuita.

Divulgaciones & Exenciones de Responsabilidad

Una divulgación de información es el proceso de dar a conocer hechos o divulgaciones al público. Las divulgaciones ayudan a las personas a tomar decisiones informadas y apoyan un mercado justo y honesto.

Debes incluir información para ser transparente sobre tus actividades de marketing de afiliados; por ejemplo, añade el hashtag “Ad” (anuncio) a tus tweets que contengan enlaces de afiliados. Además, muchos blogueros divulgan el uso de enlaces de afiliados en sus sitios web, mientras que los YouTubers añaden informaciones en la parte inferior de las descripciones de sus vídeos, como por ejemplo:

“Divulgación: Mi canal y mis vídeos contienen enlaces de afiliados. Si haces clic y compras un artículo, puedo ganar una comisión sin costo adicional para ti. Compra sólo productos y servicios que te beneficien. Gracias por tu apoyo.”

Una exención de responsabilidad es una declaración que niega algo, principalmente tu responsabilidad en un asunto. Por ejemplo, muchos YouTubers que cubren temas médicos o de inversión añaden exenciones de responsabilidad (disclaimers en inglés) en sus descripciones para evitar posibles quejas o demandas.

Asegúrate de que tus divulgaciones y exenciones de responsabilidad sean visibles y directas. Cuanto más confíe tu audiencia en ti, más actuarán en relación con tu contenido y recomendaciones. Lee [las directrices](#) de la FTC para conocer las pautas de marketing de afiliados y las mejores prácticas para los sitios web y redes sociales.

Haznos saber si hay algo más que quieras conocer. Escríbenos a **gr-affiliates@cs.getresponse.com**, colocando “Guía de Optimización de Afiliados” en el asunto del email.



¿Tienes preguntas?
gr-affiliates@cs.getresponse.com

getresponse.com/affiliate-programs

